

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dewasa saat ini telah berdampak pada persaingan dalam dunia usaha baik di bidang industri perdagangan maupun jasa yang semakin ketat. Untuk mencapai tujuannya perusahaan memerlukan berbagai strategi agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena pelanggan merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal inilah yang menyebabkan Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk) menerapkan strategi yang sesuai dengan tuntutan pasar untuk mempertahankan eksistensinya.

PT Indosat Multi Media Mobile (Indosat-M3) sebagai salah satu operator besar di Indonesia adalah perusahaan penyedia layanan telepon seluler yang berdiri pada tahun 2001. Pada triwulan akhir tahun 2003, ia telah dilebur (*merger*) dengan PT Indosat Tbk. Oleh karena itu, perusahaan ini bubar dan penanganan produknya diteruskan oleh Indosat.

Kartu prabayar IM3 merupakan salah satu produk dari Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk) yang bergerak melayani pelanggan di bidang jasa telekomunikasi, produk ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia, mempunyai pelanggan yang banyak dan cukup diperhitungkan oleh para pesaingnya. Kita ketahui bersama persaingan diantara produk sejenis akhir-akhir ini sangat ketat, baik dalam kualitas jaringan maupun kebijakan harga yang ada, hal ini menuntut

perusahaan untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian konsumen, agar konsumen merasa puas dengan produk yang di tawarkan.

Penelitian ini sengaja dilakukan dengan mengambil sampel pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area, karena mahasiswa merupakan orang yang selalu tanggap dengan teknologi serta orang yang relatif banyak membawa ponsel. Setelah peneliti mengamati para pengguna kartu prabayar IM3 di fakultas ekonomi Universitas Medan Area, yang menggunakan kartu prabayar IM3 yang sering mengeluhkan tentang kualitas produk pada jaringan dan penetapan tarif biaya yang tidak sesuai dengan kualitas jaringan yang tersedia sehingga pelanggan merasa tidak puas. Oleh karena itu maka peneliti menemukan masalah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, khususnya pada kualitas produk dan harga yang di tawarkan oleh Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk).

Menurut Kotler and Amstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Adapun fenomena masalah yang di peroleh peneliti dari hasil survey di fakultas ekonomi Universitas Medan Area, yang berkaitan dengan variabel kualitas produk dalam penelitian ini yaitu dapat di lihat dari kinerja Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk) yang tidak mampu memenuhi harapan pelanggan dalam memberikan produk yang baik, karena kualitas produk merupakan bagian terpenting yang harus dipenuhi oleh pihak manajemen telkomunikasi. Hal ini dapat dirasakan pelanggan secara langsung ketika pelanggan yang menggunakan

kartu prabayar IM3 tidak mendapatkan kualitas jaringan yang bagus pada suatu lokasi yang berbeda-beda, hal ini merupakan masalah pokok pada pihak manajemen Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk) dalam memberikan kehandalan, baik dalam hal daya tahan produk, fitur-fitur produk, serta spesifikasi perangkat produk tersebut. Hal ini juga tidak sesuai dengan ketetapan harga yang ditawarkan oleh Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk).

Menurut Kotler dan Keller (2007:340) harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan.

Masalah yang terdapat pada variabel harga dalam penelitian ini, dapat dilihat dari ketidaksesuaian tarif harga yang ditawarkan dengan pelayanan yang ada, serta tarif harga yang ada hanya dapat digunakan ke sesama pengguna IM3 tanpa ada kebijakan strategi penetapan harga yang menyebabkan pengguna kartu prabayar IM3 merasa puas.

Menurut Kotler (2006:192) menyatakan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima atau diharapkan.

Namun Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk) belum berhasil dalam menciptakan perasaan puas terhadap pelanggan mereka yang menggunakan kartu prabayar IM3, karena pemberian pada fitur dan layanan yang tersedia di dalam kartu prabayar IM3 yaitu mulai dari sms, i-ring, transfer pulsa, IM3-access, GPRS, MMS, slir, Conference Call tidak diimbangi dengan pelayanan jaringan

yang baik, serta kebijakan harga yang tidak bersaing dengan produk yang sejenis menyebabkan pelanggan kartu prabayar IM3 merasa harapannya tidak terpenuhi, karena pelayan Indosat Ooredoo (PT Indosat Tbk) tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

Berdasarkan uraian masalah di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar IM3 pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area"

B. Rumusan Masalah

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar IM3 pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA?
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar IM3 pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA?
- 3) Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayarIM3 pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar IM3 pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA.
- 2) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar IM3 pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA.

- 3) Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar IM3 pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis, menambah wawasan dan pengetahuan dalam menganalisis kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu IM3 pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA
2. Bagi Perusahaan, penelitian diharapkan menjadi masukan dan pertimbangan yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan kartu IM3.
3. Bagi Akademis, sebagai bahan referensi bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama.